CONSEJO DE EXPLOTACION POSTAL

Comisión 3 (Servicios Físicos)

Cuestiones que interesan al Grupo «Estrategia e Integración de los Productos»

Informe del Presidente del Grupo
(Punto 4 del Orden del Día)

1. Asunto	**Referencias/Párrafos**
Informe de la reunión del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» realizada el 27 de octubre de 2014.	§§ 1 a 31
2. Decisión esperada	
Se invita a la Comisión 3 a aprobar el presente informe.	

I. Apertura de la reunión y adopción del Orden del Día
(CEP C 3 GSIP 2014.2–Doc 1.Rev 2)

1. El Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» (GEIP) dio la bienvenida a todos los miembros y observadores del Consejo de Explotación Postal (CEP) presentes en la reunión. El Orden del Día de la reunión fue adoptado con modificaciones en el orden de tratamiento de los puntos. Se decidió tratar de tarde los puntos del Orden del Día relativos al comercio electrónico y al programa de comercio electrónico de la UPU para poder concederles más tiempo.

II. Informe de la última reunión
(CEP C 3 2014.1–Doc 4)

2. El informe de la reunión del GEIP realizada el 31 de marzo de 2014 durante el CEP 2014.1 fue aprobado por la Comisión 3 en abril de 2014. El GEIP tomó nota del informe, presentado por el Presidente, para recordar a los miembros del Grupo los avances realizados y los trabajos que se decidió llevar a cabo.

III. Panorama del mercado postal

3. La Oficina Internacional presentó un panorama del mercado postal basado en los grandes volúmenes de datos postales, comparando las tendencias en materia de desempeño de extremo a extremo entre los productos, en función de los flujos de país a país. Las estadísticas para 2013 y 2014 indican que los mayores volúmenes guardan relación con los mejores desempeños de extremo a extremo. Sin embargo, el crecimiento potencial actual y futuro para las cartas, las encomiendas y los envíos EMS no se produce necesariamente en los países en que la calidad de servicio es más elevada. Se necesitan acciones correctivas rápidas a medida que el comercio electrónico internacional crea nuevas oportunidades de crecimiento del mercado.

IV. Acelerar las acciones de conjunto necesarias para facilitar el comercio electrónico
(CEP 2014.2–Doc 8)

4. Canadá, Copresidente de la Comisión 3, presentó un resumen de las acciones del programa de comercio electrónico de la UPU realizadas desde la adopción de la resolución CEP 1/2014.1 (Acelerar las acciones integradas para facilitar el comercio electrónico). Liderado por el Presidente del CEP, el Comité de Gestión del CEP identificó cinco proyectos de envergadura y los resultados esperados correspondientes: desarrollo del mercado (proyecto 1), servicios postales electrónicos (proyecto 2), logística (proyecto 3), interoperabilidad (proyecto 4) y pagos (proyecto 5).

5. Los trabajos del equipo especial del GEIP están comprendidos principalmente en el proyecto 3.

V. Proposiciones de modificación del Reglamento relativo a Envíos de Correspondencia y del Reglamento relativo a Encomiendas Postales
(CEP 2014.2–Doc 5d)

6. El GEIP tomó nota de que las proposiciones que figuran en los anexos 1 a 3 del documento deben ser examinadas por el Grupo «Examen de las Cuestiones Operativas y Contables» (GECOC) de la Comisión 1 del CEP, las que figuran en los anexos 8 y 9 por el Grupo «Remuneración – Envíos de Correspondencia» (GREC) de la Comisión 3 del CEP y las que figuran en los anexos 10 y 11por el Grupo «Remuneración – Encomiendas Postales» también de la Comisión 3.

7. Los miembros examinaron las proposiciones que figuran en los anexos 4 a 7 y recomendaron su adopción por el CEP sin modificación alguna. El GEIP también examinó los anexos 1 a 3 y decidió en principio su adopción por el CEP, a la espera de los resultados del examen realizado por el GECOC. En el caso del nuevo artículo RL 2019bis del Reglamento relativo a Envíos de Correspondencia (anexo 2), el texto fue modificado por la supresión del término «preferentemente» en el § 2.4 antes de su aprobación.

VI. Desarrollo de productos

a) EMS

8. El Presidente de la Cooperativa EMS presentó los resultados del taller EMS sobre la futura estrategia, que tuvo lugar en Berna los días 23 y 24 de octubre de 2014. Se examinaron tres opciones estratégicas para que los operadores puedan reposicionar el servicio EMS y atraer a clientes importantes del comercio electrónico.

9. Estas opciones estratégicas seguirán siendo desarrolladas por un Comité Directivo compuesto por Ghana, Gran Bretaña, Países Bajos y Suecia para ser presentadas en la Asamblea General del EMS 2015 y adoptadas por ésta.

b) Comercio electrónico (TF1) – Especificaciones de la solución para el comercio electrónico
(CEP 2014.2–Doc 5c)

10. Gran Bretaña, animadora del equipo especial 1, presentó el contexto del desarrollo de la solución de distribución para las encomiendas producto del comercio electrónico desde el taller realizado en Ottawa (Canadá) en enero de 2014, incluidos los resultados de las consultas completas realizadas con los miembros del GEIP en junio de 2014.

11. La Presidencia también explicó los motivos de las especificaciones individuales, indicando que, tras 18 meses de consultas, se alcanzó un acuerdo global sobre la mayoría de las características de los productos y que la aprobación de la categoría relativa a la distribución de las encomiendas postales producto del comercio electrónico es necesaria para mantener el ritmo solicitado por el CEP para alcanzar el objetivo de la rápida implementación de una solución postal de comercio electrónico.

12. El GEIP tomó nota de los comentarios formulados por Austria, Francia y Suiza con relación a la necesidad de velar por la futura flexibilidad de la solución de distribución de las encomiendas producto del comercio electrónico y por lo tanto tener en cuenta que un identificador de envío y una subclase de correo

no son forzosamente necesarios cuando se solicita a todos los operadores designados que utilicen el mensaje normalizado EMSEVT v3. Estos comentarios, así como la propuesta de Alemania de imponer una altura mínima obligatoria de 25 milímetros, serán remitidos a los grupos técnicos del Grupo «Normalización».

13. Los miembros también plantearon el tema de la responsabilidad, actualmente obligatoria para las encomiendas y considerada como un derecho adquirido. El asesor jurídico confirmó que las disposiciones relativas a la responsabilidad figuran en el Convenio y que debería presentarse una proposición al Congreso para eliminar estas disposiciones para las encomiendas transportadas en el marco de la solución del comercio electrónico.

14. Tras examinar las especificaciones para el comercio electrónico que figuran en el anexo 1 del documento, el GEIP decidió recomendar su adopción por el CEP.

c) Devolución de mercaderías (TF3)

15. Países Bajos, país animador del equipo especial 3, presentó un informe sobre el estado de avance de la ejecución del servicio de devolución de mercaderías. Dieciséis operadores designados y la Cooperativa EMS expresaron su interés en utilizar la solución ofrecida por International Post Corporation (IPC). Desde el último CEP, la solución de IPC fue validada por cumplir con las especificaciones de la Guía del usuario del servicio de devolución de mercaderías, adoptadas por el CEP 2014.1.

16. Las próximas etapas en el desarrollo del servicio de devolución de mercaderías comprenderán la preparación de los procedimientos contables, en colaboración con el GECOC, así como los trabajos conjuntos con el Grupo «Evaluación y Mejoramiento de la Calidad del Servicio de Encomiendas Postales» de la Comisión 3 para elaborar un método de presentación de informes de acuerdo con el artículo RC 134.5 del Reglamento relativo a Encomiendas Postales, para aprobación por el CEP 2015.1.

17. El GEIP tomó nota de la exposición oral sobre el estado de avance de los trabajos y aprobó la continuación de los mismos de acuerdo con la presentación realizada.

d) Aviso de entrega (TF4)

18. El GEIP tomó nota de los trabajos realizados por el equipo especial 4 presentados por Italia, animadora de este equipo. El GEIP aprobó la recomendación de remitir la proposición 35.116.1 al equipo especial 1, así como la continuación de los trabajos del equipo especial 4 sobre la introducción de un servicio de aviso de entrega electrónico.

e) Separación por formato (TF5)
(CEP C 3 GSIP 2014.2–Doc 6e)

19. Australia, animadora del equipo especial 5, presentó los resultados del cuestionario sobre la separación por formato enviado a todos los Países miembros de la UPU en enero de 2014. Sobre la base de estos resultados, el equipo especial formuló varias recomendaciones que el GECOC y el GREC deben examinar más detalladamente. El GEIP tomó nota del informe y adoptó la recomendación del equipo especial con respecto a los pasos a seguir para la realización de los trabajos.

f) Programa de remuneración suplementaria para los envíos certificados, con valor declarado y por expreso (TF6)

1º Creación de un grupo de usuarios para el programa «Servicios suplementarios de envíos de correspondencia»
(CEP 2014.2–Doc 5f)

20. El Presidente solicitó al GEIP que tome nota de que el documento podría ser presentado al CEP únicamente por un país, en este caso Gran Bretaña. Malasia, animadora del equipo especial 6, presentó el proyecto de Reglamento Interno para la creación de un grupo de usuarios, así como el proyecto de resolución del CEP que define el marco de este grupo, como resultado de los trabajos encargados por el Congreso a través de la aplicación del plan de acción para los envíos de correspondencia.

21. Algunos miembros del GEIP expresaron su preocupación con respecto a la adhesión a este grupo, al derecho de voto de los miembros y a la incidencia financiera en los participantes en el programa. En vista de los comentarios formulados y de la opinión general según la cual es necesario realizar nuevos trabajos antes de someter a la aprobación del CEP y del Consejo de Administración la creación de un grupo de este tipo, el GEIP decidió que el documento no debería ser presentado al CEP en su forma actual. Sin embargo, el Presidente del GEIP exhortó a más países a adherir al equipo especial.

2º Sistema de reclamaciones a través de Internet para los envíos de correspondencia – Necesidades de los usuarios
(CEP C 3 GSIP 2014.2–Doc 6f)

22. Malasia presentó el documento que define las necesidades de los usuarios con relación a un sistema de reclamaciones a través de Internet para las cartas basado en el existente para las encomiendas. Los miembros formularon consultas sobre la interoperabilidad con otros sistemas existentes y sugirieron que el Grupo «Normalización» investigue y elabore una solución técnica. También habría que pensar en una solución que incluya sistemas de reclamaciones nacionales.

23. La Oficina Internacional señaló que las exigencias se basan en el sistema de reclamaciones a través de Internet mejorado, cuya introducción está prevista para el 1º de febrero de 2015. En un primer momento, el uso del sistema de reclamaciones a través de Internet para las cartas sería exigido únicamente para los participantes en el programa de remuneración suplementaria para los envíos certificados, con valor declarado y por expreso.

24. El GEIP adoptó en principio las necesidades de los usuarios y recomendó que el equipo especial 6 continúe los trabajos relativos al desarrollo de un sistema de reclamaciones a través de Internet para las cartas sobre la base de las próximas etapas propuestas.

3º Procedimientos contables
(CEP 2014.2–Doc 5d.Anexos 1 a 3)

25. Estados Unidos de América presentó las tres proposiciones elaboradas por el equipo especial 6 relativas a los procedimientos contables.

g) Avances relacionados con los mensajes EDI
(CEP C 3 GSIP 2014.2–Doc 6g)

26. La Oficina Internacional presentó el mandato propuesto para el equipo especial 7, que se ocupa de los mensajes EDI en nombre de Gran Bretaña. El GEIP aprobó el mandato y tomó nota de las próximas etapas para los trabajos del equipo especial, a saber:

1º Esquematización de los acontecimientos de distribución de los mensajes EMSEVT v3 para el seguimiento de las encomiendas, de acuerdo con la validación de las normas de distribución.

2º Cooperación con el Grupo «Normalización» para la normalización de los mensajes PREDES v2.1, EMSEVT v3 e ITMATT a fin de permitir su inclusión en los Reglamentos.

VII. Resolución C 34/2012 del Congreso de Doha – Resultados de la encuesta sobre los pequeños paquetes sin certificación
(CEP C 3 GSIP 2014.2–Doc 7)

27. La Oficina Internacional presentó los resultados de la encuesta sobre los pequeños paquetes sin certificación, enviados a todos los miembros del GEIP en junio de 2014. El GEIP tomó nota del informe y decidió, por una parte, que es necesario un estudio a fondo y, por otra, que el equipo especial 2 (Cartera de productos) debería continuar analizando los resultados.

VIII. Dirección en la solapa del sobre

28. Global Envelope Alliance presentó un informe sobre el estado de avance de los trabajos del grupo ad hoc formado por voluntarios provenientes de organizaciones del sector privado y de Países miembros de la

UPU (Estados Unidos de América, Argentina, Australia, Italia y Países Bajos). El grupo ad hoc examinó los resultados de la encuesta y consideró las repercusiones de una mayor utilización del sobre invertido en el sistema postal.

29. El GEIP tomó nota de la exposición oral y de que el grupo ad hoc trabajaría en las proposiciones de modificación del Reglamento relativo a Envíos de Correspondencia. Las modificaciones propuestas deberían indicar con claridad que los países podrían optar por no aceptar este tipo de envíos o aceptarlos únicamente bajo determinadas condiciones.

IX. Plan de trabajo del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» – Informe sobre el estado de avance de la Estrategia Postal de Doha y de las decisiones del Congreso

(CEP C 3 GSIP 2014.2–Doc 9)

30. El GEIP aprobó la actualización del plan de trabajo y las próximas etapas presentadas en el documento.

X. Fecha de la próxima reunión

31. El Presidente informó al Grupo que la próxima reunión del GEIP tendría lugar durante el CEP 2015.1, pero que se discutiría con los Copresidentes de la Comisión 3 del CEP la posibilidad de realizar una reunión suplementaria antes del CEP.

Berna, 18 de febrero de 2015

Chris Powell
Presidente

CONSEJO DE EXPLOTACION POSTAL

Comisión 3 (Servicios Físicos)

Grupo «Estrategia e Integración de los Productos»

Cuestiones que interesan al Grupo «Estrategia e Integración de los Productos»

Informe del Presidente
(Punto 4 del Orden del Día)

1. Asunto	**Referencias/Párrafos**
Informe de la reunión del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» celebrada en Berna del 20 al 22 de enero de 2015.	§§ 1 a 25 y anexos 1 a 5
2. Decisión esperada	
Se solicita a la Comisión 3 que apruebe el presente informe.	§§ 1 a 25

I. Apertura de la reunión y adopción del Orden del Día

1. El Sr. Chris Powell, Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos», dio la bienvenida al Vicedirector General de la UPU, a los Copresidentes de la Comisión 3 del Consejo de Explotación Postal (CEP), al Presidente de la Cooperativa EMS, al representante del Presidente del CEP y a todos los Países miembros y observadores participantes de la reunión.

2. El Sr. Pascal Clivaz, Vicedirector General de la UPU, realizó una intervención para informar a los miembros sobre los recientes cambios organizativos que se habían realizado para aumentar la eficacia y el valor para los miembros de la UPU. Posteriormente, el Vicedirector General reconoció que los trabajos del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» eran fundamentales para asegurar que la UPU aprovechara las oportunidades de crecimiento brindadas por el comercio electrónico, respondiendo al mismo tiempo a las necesidades del mercado en su conjunto y asegurando el equilibrio entre las exigencias comerciales y la necesidad de contar con una red mundial y un servicio universal.

3. El Presidente del CEP, el Sr. Masahiko Metoki, no pudo participar en la reunión. El Sr. Yoshimasa / Ishii, del Correo de Japón, leyó una declaración en su nombre (anexo 1).

II. Objetivos de la sesión de trabajo

4. A continuación, el Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» presentó los cuatro objetivos principales de la reunión:

– Identificar qué debía implementarse para asegurar que el servicio de encomiendas producto del comercio electrónico de la UPU estuviera operativo a partir de julio de 2015.

– Acordar la información o las proposiciones que debían presentarse al CEP 2015 a fin de implementar el servicio de encomiendas producto del comercio electrónico de la UPU.

– Analizar la matriz de servicios de la UPU existente y decidir qué debería cambiarse en la cartera de productos.

– Acordar una serie de principios generales, que serían mejorados por el Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» y el CEP, con vistas a presentar proposiciones finales al Congreso de 2016 para realizar futuros cambios a la red de la UPU, con fines de sostenibilidad a largo plazo.

III. Contexto general

5. El Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» recordó a los miembros del grupo los logros obtenidos con respecto al programa ECOMPRO y señaló que el CEP 2014.2 había aprobado el programa tal como se presenta en los documentos CEP 2014.2–Doc 8 y Doc 8.Add 1. El CEP 2014.2 también aprobó las especificaciones relativas a las encomiendas producto del comercio electrónico incluidas en el documento CEP 2014.2–Doc 5c y las proposiciones de modificación de los Reglamentos que figuran en el documento CEP 2014.2–Doc 5d.Rev 1. Finalmente, el CEP 2014.2 también ratificó los principios de remuneración para el servicio de encomiendas producto del comercio electrónico. Para finalizar, el Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» mencionó algunos hechos destacados de la tercera reunión del grupo en 2014 (ver el documento CEP C 3 2015.1–Doc 4).

6. Con respecto al informe de esa reunión, en particular el § 24 del documento CEP C 3 2015.1–Doc 4, Estados Unidos de América solicitó que se aclarara el uso del mensaje EMSEVT3 en lugar de la subclase de correo. En respuesta, Francia explicó que, sobre una base bilateral, ese país señalaba los envíos producto del comercio electrónico en los mensajes EMSEVT v3.

IV. Pasar a la etapa operativa – Generalidades

7. Los Presidentes (o sus representantes designados) de los Grupos «Remuneración – Encomiendas Postales», «Evaluación y Mejoramiento de la Calidad del Servicio de Encomiendas Postales», «Aduanas», «Examen de las Cuestiones Operativas y Contables» y «Normalización» presentaron los respectivos estados de sus respectivas áreas de responsabilidad en la implementación del servicio de encomiendas producto del comercio electrónico. El Centro de Tecnología Postal (CTP) también presentó una actualización. Los principales elementos que pueden extraerse de estos informes se resumen a continuación:

– Principios de remuneración para la etapa I aprobados por el CEP 2014.2 (proyectos de proposiciones del Grupo «Remuneración – Encomiendas Postales» para el CEP 2015).

– Mensajes EDI: las especificaciones para las encomiendas producto del comercio electrónico (al igual que las especificaciones para las encomiendas) aprobadas por el CEP exigen el uso obligatorio de los mensajes ITMATT y EMSEVT3 en 2016. Sin embargo, ni los mensajes ITMATT ni los mensajes EMSEVT3 han obtenido el estadio 2 (aprobación por el CEP) y por lo tanto no pueden establecerse como obligatorios en los Reglamentos. El estadio 2 se otorga únicamente cuando el mensaje EDI es utilizado por cierta cantidad de países y los intercambios se consideran estables.

– La transmisión obligatoria de mensajes PREDES v2.1 y RESDES v1.1 se presenta para aprobación del CEP, para entrar en vigor el 1º de enero de 2016. PREDES v2.1 se encuentra en el estadio 1 desde octubre de 2013 y es utilizada activamente por 60 operadores. Una proposición basada en las especificaciones mínimas aprobadas para las encomiendas para pasar al estadio 2 fue rechazada por el Grupo «Definición de datos y códigos – Intercambios electrónicos» (un grupo de trabajo del Grupo «Normalización») en su reunión 2014.4, ya que consideraba que no muchos usuarios habían implementado plenamente la última versión del mensaje y tenía dudas sobre la utilización adecuada de algunos elementos.

– Intercambio de despachos: los miembros solicitaron que se aclarara si era necesario preparar despachos separados para las encomiendas producto del comercio electrónico (HA–HZ) o si éstas podían incluirse en los despachos mixtos con encomiendas (CA–CZ).

8. A continuación, los participantes se dividieron en cuatro grupos para participar en una sesión de grupo sobre el tema «¿Qué hay que hacer antes del CEP 2015 y para el CEP 2016?». Durante el posterior / resumen de los grupos, cada grupo planteó varios puntos, que se resumen en el anexo 2. Durante las discusiones subsiguientes, varios participantes solicitaron que se aclarara el tema de la reciprocidad de las tarifas para las encomiendas producto del comercio electrónico y la reciprocidad en la prestación del servicio sobre una base bilateral/multilateral. La Oficina Internacional explicó que, conforme al artículo 8 de la Constitución de la UPU y al artículo 135 del Reglamento General de la UPU, los operadores designados podían celebrar acuerdos especiales relativos a los servicios postales internacionales con la condición de no introducir disposiciones menos favorables para el público que las que están previstas en las Actas. Asimismo, la Oficina Internacional aclaró que, según el artículo RC 116bis del Reglamento relativo a Encomiendas Postales recientemente aprobado, los miembros que optaran por ofrecer la categoría relativa a la distribución de encomiendas postales producto del comercio electrónico debían comunicar sus tarifas a la Oficina Internacional (cuotas-parte territoriales de llegada aplicables específicamente al tratamiento de estos envíos) para su publicación. No obstante, sujeto al principio fundamental de «no introducir disposiciones menos favorables» mencionado anteriormente, los operadores designados podían establecer tarifas para la categoría relativa a la distribución de encomiendas postales producto del comercio electrónico en el marco de un acuerdo especial (bilateral o multilateral). Con respecto a la reciprocidad de servicio, la Oficina Internacional aclaró que, como servicio facultativo regulado por el artículo RC 116bis, los operadores designados «podrán convenir entre sí» intercambiar esas encomiendas postales generadas por el comercio electrónico, de acuerdo con las especificaciones en materia de distribución enunciadas en ese artículo. La redacción del artículo tal como fue adoptado por el CEP también implicaba que los operadores designados no estaban obligados a intercambiar automáticamente este servicio con otros operadores designados, a menos que lo acordaran expresamente (por ejemplo, si Brasil y Canadá decidían intercambiar este servicio de distribución y Argentina y Canadá decidían hacer lo mismo, esto no significaba que Brasil y Argentina estuvieran automáticamente obligados a realizar intercambios entre sí en el marco de esta categoría de distribución).

9. Las discusiones luego de la sesión de grupo no revelaron ninguna cuestión de importancia que pudiera impedir el lanzamiento del proyecto piloto sobre las encomiendas postales producto del comercio electrónico, previsto para julio de 2015, entre los operadores que pueden cumplir con las especificaciones relativas a las encomiendas producto del comercio electrónico. Para facilitar la tarea a los operadores designados que desean introducir el servicio de encomiendas producto del comercio electrónico, el Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» propuso la elaboración de una guía operativa que describa los pasos necesarios para introducir este servicio y que incluya los principios de remuneración. Esta proposición fue aprobada.

V. Modernización e integración de la red de la UPU

10. El Sr. Terry Dunn, Copresidente de la Comisión 3, realizó una presentación sobre el tema «Necesidad de cambiar». Recordó que el Congreso de Doha había señalado la necesidad de adoptar una forma de trabajar más integrada, lo que había conducido a la creación de la Comisión 3 (Servicios Físicos) del CEP y del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos». Posteriormente, el Copresidente presentó tres perspectivas para el cambio: en primer lugar, la obligación de asegurar y mantener la red, en segundo lugar, las condiciones cambiantes del mercado y, en tercer lugar, el riesgo de mantener el statu quo. En los siguientes párrafos se presentan más detalles sobre estas perspectivas.

11. Con relación a la obligación de asegurar y mantener la red, el Copresidente recordó a los participantes las resoluciones pertinentes del Congreso de Doha. También destacó las debilidades, las amenazas y las oportunidades de la UPU, tal como están previstas en la Estrategia Postal de Doha.

Debilidades y amenazas	*Oportunidades*
– Falta de flexibilidad y de rapidez en la toma de decisiones – Enfoque cerrado y compartimentado centrado en los servicios postales en lugar de un enfoque abierto orientado al mercado – Recursos, establecimiento de prioridades, intereses de los miembros – Relevancia reducida – redes bilaterales, multilaterales y no pertenecientes a la UPU – Presión para una obligación de servicio universal sostenible	– Transformación para adaptarse a los cambios: – Acceso e inclusión como fortalezas – Poder del consumidor – Redes postales nuevas y mejoradas – Intercambios y comercio electrónico – Implementación con estructuras organizativas y de toma de decisiones adecuadas para promover las actividades integradas

12. Con respecto a las condiciones cambiantes del mercado, el Copresidente preguntó si las definiciones reglamentarias de la UPU definidas a nivel interno (LC/AO y encomiendas) aún tenían sentido para los clientes. ¿La gama existente de servicios físicos de la UPU era adecuada? ¿Estos servicios respondían a las necesidades actuales del mercado y de los clientes? ¿Los productos eran integrados y complementarios o competían entre sí? ¿Los sistemas de remuneración estaban integrados? ¿Existían las estructuras/autoridades organizativas, reglamentarias y de toma de decisiones adecuadas para responder al entorno actual y futuro?

13. Finalmente, el Copresidente solicitó al grupo que considerara los riesgos de mantener el statu quo, especialmente con respecto a la relevancia de la red, los procesos existentes actualmente y la sostenibilidad de la UPU. Si bien reconoció que los volúmenes de envíos de correspondencia estaban disminuyendo y que la distribución física de mercaderías representaba una oportunidad, no se trataba de una sustitución exacta de los envíos de correspondencia. Dado que el crecimiento parecía orientado hacia los envíos livianos de poco valor, se preguntó si era aceptable seguir recibiendo envíos livianos que los operadores privados no querían distribuir. Con respecto al proceso, el Copresidente solicitó al grupo que considerara si el CEP y el Consejo de Administración (CA) estaban actualmente organizados de manera tal que permitiera una toma de decisiones rápida y eficaz.

14. En las dos sesiones de grupo que tuvieron lugar a continuación, se solicitó a los participantes que se pusieran en el lugar de los clientes de la red postal mundial. En la primera sesión de grupo, los participantes analizaron cómo debería ser la red de la UPU para adaptarse mejor al mercado actual. Se solicitó a los grupos que trabajaran bajo el supuesto de que podían crear una red desde cero. En la segunda sesión de grupo, se preguntó a los participantes cómo debería ser la red de la UPU para responder a las exigencias del mercado definido en la sesión. Los puntos principales de las deliberaciones de cada grupo se
/ resumen en los anexos 3 y 4.

15. La Sra. Lily Wallace, animadora del equipo especial 2 encargado de la matriz de servicios del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos», presentó un resumen de los principales temas derivados de las deliberaciones de las sesiones de grupo, incluido el deseo de eliminar el enfoque compartimentado y pasar de los escalones de peso a un peso lineal (0 – 30 kg). Los participantes también indicaron que un enfoque de tipo menú con respecto a los servicios, los precios y las características podría ajustarse más a las exigencias del mercado. Una estructura informática y un servicio al cliente integrados también se consideraron importantes, al igual que la flexibilidad en la toma de decisiones.

16. Al describir las próximas etapas, la animadora del equipo especial 2 informó que los temas derivados de las sesiones de grupo se validarían con respecto a la matriz de servicios existentes para determinar cuáles eran las carencias. Los resultados de la validación se incluirían en un documento que se presentaría al Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» durante el CEP de abril de 2015. Para avanzar con estos trabajos, la animadora recomendó realizar una teleconferencia el 5 de febrero de 2015, con la participación del equipo especial 2 y cualquier otro voluntario entre los participantes de la reunión. España, Francia, Gran Bretaña, Israel, Suiza y el Presidente de la Cooperativa EMS se ofrecieron como voluntarios

para participar en la teleconferencia. El Presidente destacó la necesidad de contar con una mayor participación de todas las regiones (particularmente de Asia) para asegurar una representatividad geográfica total en los trabajos futuros.

17. Antes de finalizar la sesión, el Presidente tomó nota de las observaciones de Canadá sobre un aspecto importante que no se trató en el marco de las discusiones del punto 4f del orden del día (a saber, «Elementos que deben ser tenidos en cuenta por los operadores designados al final de las sesiones de grupo»). Canadá solicitó que se examinara el tamaño de los envíos al momento de definir las especificaciones, particularmente en relación con la remuneración. Actualmente se consideraba que los pequeños envíos eran los menos costosos de procesar. Sin embargo, los envíos muy pequeños de formas irregulares eran más costosos, ya que no podían procesarse automáticamente y a menudo debían clasificarse manualmente. Si los operadores designados querían seguir aceptando estos envíos, era necesario tomar en cuenta los costos de tratamiento más elevados de este tipo de envíos.

VI. Pasar a una red de la UPU integrada y moderna

18. La Oficina Internacional presentó las actividades del CA en las áreas de la gobernanza y la reglamentación. A fin de mejorar la coordinación, el objetivo principal de la presentación era compartir información sobre los diversos estudios y decisiones del CA que estaban estrechamente vinculados con las actividades actuales del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos».

19. El Sr. Marc Paingt, Copresidente de la Comisión 3, presentó algunas de las cuestiones que debían considerarse para lograr una red integrada. El primer obstáculo para la integración era que se continuaba trabajando en compartimentos aislados. Si bien los servicios físicos (envíos de correspondencia y encomiendas) se habían integrado en una comisión (Comisión 3 del CEP) y la estrategia y el desarrollo de los servicios físicos se habían integrado en el Grupo «Estrategia e Integración de los Productos», la remuneración para los envíos de correspondencia y las encomiendas seguía tratándose en grupos separados, al igual que la calidad de servicio. El Copresidente señaló que los clientes no se preocupaban por las distinciones internas al momento de comprar un servicio, sino que simplemente querían expedir sus envíos.

20. Al considerar la estructura y el proceso de toma de decisiones, el Copresidente se preguntó si el proceso actual era suficientemente rápido o flexible. Como ejemplo, describió el desarrollo del servicio de encomiendas producto del comercio electrónico. Los miembros habían decidido que la responsabilidad no sería una característica del servicio de encomiendas producto del comercio electrónico, pero el CEP no tenía la autoridad para modificar este punto, ya que la responsabilidad estaba definida en el Convenio. Por lo tanto, debería presentarse una proposición al respecto al Congreso, lo que retrasaría la supresión de la responsabilidad como característica del servicio de encomiendas producto del comercio electrónico hasta el año 2017. La reglamentación sobre los gastos terminales también se establecía en el Convenio, lo que limitaba la flexibilidad para realizar las modificaciones necesarias para responder a las exigencias del mercado.

21. Para finalizar, el Copresidente planteó varias preguntas para que los participantes analizaran en las / sesiones de grupo. Las opiniones expresadas durante las sesiones de grupo se resumen en el anexo 5.

22. Luego de las presentaciones de los grupos de discusión, varios miembros hicieron uso de la palabra para formular comentarios sobre algunos elementos que, según su opinión, no se habían abordado en las sesiones de grupo. Países Bajos señaló que no era suficiente considerar la estructura de los Consejos. Los operadores designados también debían considerar sus propias estructuras internas, ya que sus estructuras internas compartimentadas posiblemente desviaban la atención del mercado. Noruega recordó que el Grupo «Remuneración – Envíos de Correspondencia» estaba examinando la metodología de remuneración y que sus deliberaciones habían revelado problemas con el desarrollo de productos. Se estaban expidiendo grandes volúmenes de envíos como correo certificado, pero su tratamiento era muy costoso, y aumentar la remuneración resultaba difícil. Noruega sugirió que el Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» estudiara la remuneración y las características para los diferentes productos de envíos de correspondencia teniendo en cuenta esta situación. El Presidente de la Cooperativa EMS señaló que el proceso para pasar las normas al nivel 2 para que pudieran incorporarse a los Reglamentos era demasiado largo.

El Copresidente de la Comisión 3 recordó que algunos puntos del Convenio definían los productos, la remuneración y las características de los productos. El CEP no tenía la autoridad para modificar estas definiciones. Sugirió que esto debería modificarse para permitir más flexibilidad.

23. La Oficina Internacional explicó que existían procesos que permitían al CEP y al CA presentar proposiciones al Congreso con fechas límites para completar los trabajos, lo que podría acelerar el proceso. Asimismo, el CA y el CEP podrían delegar poderes a las Comisiones. Al momento de elaborar las proposiciones, los grupos debían asegurarse de que la decisión que solicitaran estuviera claramente definida para aumentar las posibilidades de que la proposición fuera aprobada en lugar de ser enviada para examen.

VII. Conclusiones y resumen

24. El Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» resumió los principios acordados en la reunión. Estos serían comunicados en la próxima reunión del Comité de Gestión del CEP. Los principios incluían: la necesidad de actualizar la red, la necesidad de racionalizar la estructura para promover la integración y asegurar la capacidad de gestionar la implementación de manera eficaz, el deseo de contar con un proceso de toma de decisiones más rápido y más flexible, y la necesidad de actualizar las Actas y los poderes asignados a los grupos para permitir una toma de decisiones más rápida.

25. El Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» agradeció a los participantes por sus esfuerzos y deliberaciones constructivas, y les aseguró que estas últimas continuarían.

Berna, 25 de marzo de 2015

Chris Powell
Presidente

Muchas gracias, Señor Presidente, por cederme la palabra para realizar algunos comentarios en nombre del Sr. Metoki, Presidente del Consejo de Explotación Postal.

Señor Pascal Clivaz, Vicedirector General de la Oficina Internacional,
Señores Marc Paingt y Terry Dunn, Copresidentes de la Comisión 3,
Señor Chris Powell, Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos»,
Damas y caballeros,

Es un gran placer para mí transmitirles el mensaje del Sr. Metoki el día de hoy, en ocasión de la reunión del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos».

Procederé a continuación a leerles su mensaje.

«Lamentablemente, no me fue posible participar en esta reunión; no obstante, tengo el agrado de enviar al Sr. Ishii en mi representación. El Sr. Ishii participó conmigo en la reunión del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» que tuvo lugar en Ottawa el pasado año.

En primer lugar, me gustaría agradecer sinceramente a cada uno de ustedes por su gran dedicación al llevar a cabo las actividades necesarias bajo el firme liderazgo del Sr. Powell, Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos». También aprovecho esta oportunidad para expresar mi reconocimiento al Sr. Paingt y al Sr. Dunn, Copresidentes de la Comisión 3, por haber demostrado una comprensión total de las actividades del grupo y por brindar el apoyo necesario.

La reunión del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» celebrada en Ottawa el año pasado fue sumamente importante, no sólo para la Comisión 3 del Consejo de Explotación Postal, sino también para las actividades del Consejo de Explotación Postal en general.

En esa reunión se lanzó la iniciativa para desarrollar una subcategoría para las encomiendas producto del comercio electrónico y la reglamentación correspondiente fue modificada en apenas un año.

Esto representa un avance extraordinario considerando la forma en que se adoptaban las decisiones anteriormente.

Este significativo avance fue posible ya que los miembros del Consejo de Explotación Postal comprendieron la importancia de esta iniciativa y el Consejo de Explotación Postal adoptó rápidamente las decisiones al respecto. Me gustaría destacar que el Sr. Paingt, el Sr. Dunn y el Sr. Powell asumieron el liderazgo de esta iniciativa y que los miembros del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» contribuyeron activamente para que la misma avanzara.

Desafortunadamente, en esta oportunidad no puedo participar en la reunión. Sin embargo, como Presidente del Consejo de Explotación Postal, comprendo plenamente la importancia de las actividades del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» y prometo seguir brindando todo mi apoyo.

Estoy al tanto de que esta reunión tiene como objetivo resolver las últimas cuestiones con respecto al lanzamiento de una prueba piloto prevista para julio de este año e intercambiar opiniones sobre un examen global de la cartera de productos de la UPU, desde una perspectiva amplia.

Con el desarrollo del comercio electrónico, las necesidades de los clientes están cambiando radicalmente. Creo que los resultados de las deliberaciones durante esta reunión del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» serán sumamente importantes para el futuro de la UPU.

Confío en que las deliberaciones serán tan fructíferas como las del año pasado y que podrán presentarse proposiciones constructivas durante el próximo período de sesiones del Consejo de Explotación Postal.

Espero verlos nuevamente en Berna en el mes de abril.»

Así concluye el mensaje del Sr. Metoki. Muchas gracias por su amable atención.

The group discussed the following:

1 Are we happy with coordination? If not, why not and how can it be improved?

2 What is feasible by the 2015 POC? By pilot launch in 2015?

3 What is feasible by the 2016 POC? By Congress?

4 Do any issues need to be added?

5 Showstoppers?

Group 1	**Group 2**
Coordination: Yes, happy. Comment: Working groups lack resources to progress their work. Testing for July 2015. Confusion or lack of understanding. It is meant to be an optional service. If countries agree to bilateral rates, what happens to another country that wants to use those rates? Are the rates reciprocal? And how do reciprocal rates differ from bilateral rates? OARG: Can the new prefix H be sent in the same dispatch as a C? Who would be interested and can provide ITTMATT and EMSEVT 3. Should that stop countries from testing? Does the MRS need to be included as part of the pilot for e-commerce? 2016? Who will participate? What are the rates? How do they apply? Progress ITMATT. How do we integrate new products with our existing services? If two countries participate, does it have to be reciprocal?	Coordination: Some elements work within different timeframes (e.g. PTC is working against Congress timeline and other groups are working for 2015 POC). Not clear what each taskforce has. Feasible by 2015. To be answered by taskforce. Suggestion: ask members who volunteered to be in the pilot to ask what the must-haves are. Who plans to implement the matrix? Find out from those present. What issues need to addressed: – Addressing operations issues PPQMIG. – How to teach delivery staff the difference between e-commerce parcels and normal parcels. – Alignment between ongoing activities within UPU. Conclusion: Majority is in the small packet area. We need to ask ourselves "Have we designed the right product?"
Group 3	**Group 4**
Coordination: Understanding list of interdependencies between working groups, some deliverables will have multiple onward deliverables. More resources could be necessary. Is the information happening in a timely fashion and going in the right direction? Having a status report by the operator so we can understand where they are. Coordination support within IB required.	Coordination: Not sure if there is enough coordination between the LPRG and PPRG concerning the rates. Feasible: Registered remuneration vs ECOMPRO product – set up methodology for data and accounting by 2015 POC. Need to come up with rates that can be sold to customers.

Requirement for 2015 POC. Need assessment by operators and to understand what customer data is currently captured by operators. Many countries already practising e-commerce, EMSEVT3, ITMATT, etc., meaning that they already have an e-commerce product. Pilot – if you have a pilot based on fulfilling all criteria, there will not be many participating countries. Certain countries can only do some elements and these need to be tested as well. Design pilot and assessment criteria agreed. February 2016: – Remuneration model to be agreed. – Appreciate current and future capabilities and understand them. – Absolute clarity on changes to Convention needed to operationalize e-commerce. Issues: Removal of liability – criteria for successful removal of liability.	

The group discussed the following:

1 What kind of items do you send through the post?

2 What needs are being met by the post?

3 What needs are not being met by the post?

4 Do you see anything changing in the postal world in the future?

5 What do you need the international postal network for?

Group 1	**Group 2**
What kind of items do you send through the post? Items: small items, low value, tracking, signature postcards, bills, high-value items. No need for speed, but reliability is important. Want item to be prepaid to be able to return it free of charge. E-buyer wants to know what the taxes are before purchase and not to pay for shipping. Tracking, change of delivery location. Able to send multiple pieces to same location. Should not be expensive. *Publisher*: tracking – visibility is important. Speed not important. Reliable, no returns. *E-commerce*: can be high value, pre-pay duties, return option, change of delivery location, reliable, compensation for loss or damage, tracking and signature is an option. Delivery network is important – idea of supply chain (end to end), better customer service, proactive, single point of contact. *Individual*: need for sending documents, government items, postcards, no tracking, timeframe is important. Menu approach – choose different things depending on needs (e.g. if sending passport one might need faster delivery) and the price. *What needs are being met by the post?* Lots of access points, global network, reliable, strong consumer to consumer. *What needs are not being met by the post?* Network is not consistent and not flexible. Lack of reliability, multi-parcel shipment, not business focused, being proactive and pushing to customer delivery info, returns process that is worldwide.	*What needs are not being met by the post?* Lots of paperwork, no delivery event, ordering online – Customs can be challenging. Free shipping. Total cost. Many sellers are after favorable rates. Flexibility. *Do you see anything changing in the postal world in the future?* Needs to be simplified. Focus purely on products, direct mail and e-commerce. Look at the supply chain. Volumetric pricing is not reflected in what we do today. IT – we have to have one integrated approach. DHL, UPS have one system and the postal network needs to replicate that. The future is in commerce, goods, direct mail, finance. *What do you need the international postal network for?* Both sender and receiver want a menu of services. Trade-off needed on both sides. *Advice*: Providing basic framework – clear guidelines. We cannot only be driven by USO, since the USO requirements are changing quickly. We need to look at supply chain, product range. Win-win situation (exporters/importers both have to benefit). Do not look at what letters want or what parcels want.

Do you see anything changing in the postal world in the future? Lower volumes, more competition, competitors are opening retail access points, more low value less-desirable items, continued costs, decline in market share, need to see changes in what we offer, better integrated network, some Posts may disappear in terms of closing or merging, mix of delivery agents that are postal and non-postal, Posts need to collaborate more with regulators and other bodies like Customs, privatization, USO could be a risk or benefit from a regulatory perspective.	Ideally there would be a "cafeteria" solution for postal services, whereby the customer can pick and choose – similar to configuring a car. A core product plus additional features (tracking, IOD/POD, liability/ insurance, etc.) should be made available, so that the customer can "assemble" what he/she needs.
Group 3 *What kind of items do you send through the post?* Letters and parcels. Letters are delivered either physically or electronically. Need correct addresses and access thereto. Larger items being handled – documentation is needed and should be simple. 3 step services: – No feature mailboxable items – up to 2 kg, dimensions are key. – Traceable and no signature service – boxable or not. – Traceable with signature. Costs – the fewer the features are, the lower the price should be. Sender/receiver perspective – hope to get more information electronically as sender as this reduces costs for both sender and receiver. Value of content does not have to show on the item. Mailbox is unique for Posts and should be utilized. E-bay is working electronically and has different companies for delivery – we need to look at that if they are not the end-customers. Customers that cannot give information electronically and that will be shown in prices as the costs will be higher. Receiver – likes to receive items in mail/parcel box. Receiver can choose when item has been sent and later change delivery process if necessary. **Risks**: – One price for all per service – does not fit all countries. – Product needs to be competitive – low costs and good quality. – UPU decision-making process needs to be faster. – If we can obtain electronic data, client is more likely to change partner/company. Increases competition.	**Group 4** *What kind of items do you send through the post?* Postcards, merchandise, heavy items. *What needs are not being met by the post*? Heavy stuff. Simplicity of products. Non-homogenous return of items. Customs simplification. CN 22 and 23 forms are difficult to complete. Tracking. *What needs are being met by the post?* Extensive physical network from country of origin and destination – worldwide network. Related to universal service. Extensive distribution network. Multiple services possible at post office counter. Prices – less expensive than competition. Multiple level of services. *Do you see anything changing in the postal world in the future?* End-to-end control of information. Multiple options for delivery. Be part of customer's business – partnership view is important. Selling logistics. Moving from core mail business to customer needs.

	What do you need the international postal network for? Basic service with additional options like value-added services. Easy to understand and to use offer – separation between mail and parcels is not relevant and is more about documents and merchandise. Reliable network – meeting expectations for what we pay as customers and get what is promised in the offer. Good customer service that is reactive and easy to reach. Undamaged goods. Communication and visibility. Receiver: – Basic service. – Undamaged goods. – Have clear visibility of total costs. – Refund service and duty if you return goods. – Reliability of delivery times. Convenience of delivery – it can be at home or at the post office, etc.

The groups discussed the following questions:

Imagine the UPU network as we know it today doesn't exist…

1 How would you design the UPU network?

2 What should the network look like to best meet customer needs?

Group 1	**Group 2**
How would you design the UPU network? No silos. One international network to ensure closer interactions. Menu-based approach with two or three levels of service and speeds. You have speed with price as long as options (tracking, signature, etc.). No barriers with respect to weight. Speed could be slow, medium or fast. Have an integrated IT system and an integrated control centre for monitoring quality. In some Posts, Customs are in-house.	*How would you design the UPU network?* Flexibility in all areas – operational, price. IT – we try to communicate with each other, have a unique system that is integrated and allows a homogenous methodology. Price should be competitive (otherwise we lose our clients). Regulations – look at weight, distribution zones. In regions where volumes are low, a certain degree of consolidation would improve pricing. We need to calculate viability, which could vary from region to region.
Group 3	**Group 4**
How would you design the UPU network? We have been able to achieve a lot with the network that we currently have. Network should be easily accessible. Information about prices should be clear and reliable. Import conditions should be good and documentation should be provided to clients. IT system should be better integrated. Access: clients should be able to obtain information quickly and easily. Commercial clients should have easy access. Interface is also crucial. Information is not always up to date and is sometimes not comprehensible. We cannot give it to clients or use it. This needs a lot of work. Most guides need to be updated. Proactive information on distribution, especially when there is a problem concerning a sent item (Customs, etc.) – we should not wait for the customer to complain.	*How would you design the UPU network?* Remove the silos between the different products – treat them all as mail. Have the same delivery standards. Set rates, performance standards and build environment for it to function. How parcels, letters and EMS are set up removes some of the flexibility. *What should the networks look like to best meet customer needs?* Focus on delivery standards. Look towards the EMS way of working as a blueprint – tracking, messaging, performance standards, operational network monitoring.

IT – we do not have one system. Each DO has its own system. Updates are not at the same time and this makes it hard to follow. Stability of systems should be enhanced. Improve cooperation with IATA and Customs. A system of electronic exchange should be integrated so as to have data concerning customs. Distribution without fees is also desirable. This is very delicate to handle. Lot of work to be done to improve things and to be better integrated and work better together.	

The groups discussed the following questions:

1 Do we have the right structure?

2 Are we integrated enough?

3 Are there too few or too many groups?

4 Do we have the appropriate authorities?

5 Do we have the appropriate flexibility/timing?

6 What needs to be taken to Congress?

Group 1	**Group 2**
Nothing much happens between sessions. A more supportive role by the IB is necessary to help produce documents. Few groups being separated – LPRG and quality. Put all groups that deal with quality together and those that deal with remuneration together or may be even have one group that deals with both quality and remuneration – integrate them. Structure has to be the same as we know it. The POC has to have authority to make all decisions on aspects such as products, quality and remuneration. This needs to be unlocked from the Convention otherwise we will be locked up in a vacuum. Integrate with EMS, further incorporate it into the PSIG. The UPU should look at what KP and IPC have developed as they are more developed. We should be brave and seek solutions without trying to reinvent the wheel. Flexibility and more effort is required.	*Do we have the right structure?* No, the UPU is not oriented towards the existing network. There is a big distinction between regulators and businesses. The current structure is not appropriate for the future. There should be no distinction in future between the current services (i.e. letters, parcels, e-commerce). *Are we integrated enough?* No, we are almost 200 operators that act separately. IT system is problematic. Some operators are not oriented towards business. Big differences in services offered by industrialized and non-industrialized operators. *Are there too few or too many groups?* Number of groups is not a problem. Objectives and tasks are the problems. There is less money in the UPU and we need to choose priorities for the groups. Responsibilities of groups are not always clear. We have experts working and decisions taken by committees. The UPU should concentrate on basic services. Technical issues should be dealt with by operators bilaterally. *Do we have the appropriate authorities?* The UPU is an inter-governmental organization. We should ask questions to regulators. Representation of countries during POC/CA sessions is also in question. Most opinions are from non-regulators. *Do we have the appropriate flexibility/timing?* No, we do not have appropriate flexibility. *What needs to be taken to Congress?* We need to do a number of things before Congress to better our future, but it will be difficult in the short time available.

Group 3	**Group 4**
Need to change structure by reducing the number of groups. Some could be merged. ECOMPRO should be included in a group. There should be no silos and this could lessen the groups. Groups could meet for five days and have two meetings per year. It is hard to get a total picture of different activities. Telematics Cooperative provides services for other groups but the guidelines are not clear enough.	*Do we have the right structure*? We have physical services, supply chain, e-services group and are tasked well. ECOMPRO moves across different silos and there is a weakness here. We need communication between PSIG, LPRG, etc. Don't know how much integration there is and how that helps ability to have things done. *Are we integrated enough?* There are different levels of integration and development. Much easier to move items in Europe than in Latin America as they are more integrated. *Do we have the appropriate authorities?* We are not meeting deadlines, but the POC is a subset of Congress and we can still make decisions within it. Do not know how much more authority can be obtained. *Do we have the appropriate flexibility/timing?* We have to understand the constraints within which the UPU functions.

CONSEJO DE EXPLOTACION POSTAL

Comisión 3 (Servicios Físicos)

Informe del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos»
(Punto 4 del Orden del Día)

1. Asunto	**Referencias/Párrafos**
Informe de la reunión del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» realizada el 15 de abril de 2015.	§§ 1 a 32 y anexo 1
2. Decisión esperada	
Se invita a la Comisión 3 del Consejo de Explotación Postal a:	
– aprobar el presente informe;	§§ 1 a 34
– aprobar las instrucciones para la liquidación que figuran en el artículo 8 de la Guía del usuario del servicio de devolución de mercaderías;	§19 y anexo 1
– aprobar el proyecto de resolución adjunto;	§ 30 y anexo 2
– aprobar la creación de un grupo ad hoc sobre remuneración.	§ 30 y anexo 2

I. Apertura de la reunión, contexto general y adopción del Orden del Día
(CEP C 3 GSIP 2015.2–Doc 1.Rev 2)

1. El Presidente del Grupo «Estrategia e Integración de los Productos» (GEIP) dio la bienvenida a todos los miembros y observadores del Consejo de Explotación Postal (CEP) presentes en la reunión. Para describir el contexto general de la reunión del GEIP, el Presidente consideró que sería oportuno y de utilidad compartir algunos de los resultados de la Conferencia Estratégica Mundial 2015 de la UPU, a saber:

1º El comercio electrónico debe ser una de las principales áreas de atención estratégicas para la UPU y se debe hacer hincapié en dar al cliente lo que desea.

2º El programa de comercio electrónico de la UPU (ECOMPRO) ofrece un marco personalizado para el desarrollo del comercio electrónico internacional a través de la red postal. Un participante de eBay afirmó que «el sector postal es la clave» y que, con ECOMPRO, «la UPU se ha centrado en las cosas importantes».

3º El Director General del Correo de Canadá señaló que «no podemos ser la red de las sobras», y se informó que el minorista electrónico africano Jumia había establecido su propia red porque los servicios postales no estaban brindando los servicios que necesitaba.

2. Los ejemplos mencionados son sólo algunos de los claros y firmes mensajes. Por lo tanto, es necesario tomar medidas urgentes, y ECOMPRO es el primer paso para responder a las necesidades del comercio electrónico internacional.

3. Posteriormente, el Secretario General Adjunto del CEP hizo uso de la palabra. Le deseó al GEIP el mayor de los éxitos en su invalorable contribución para asegurar que la UPU y el sector postal puedan seguir en el camino hacia un futuro sostenible, al responder plenamente y con urgencia a las necesidades del entorno del mercado en constante cambio.

4. Finalmente, se adoptó el Orden del Día sin modificaciones.

II. Informe de la última reunión
(CEP C 3 2015.1–Doc 4)

5. El GEIP tomó nota del informe de la reunión del GEIP de la Comisión 3 del CEP, celebrada el 27 de octubre de 2014, tal como fue presentado por el Presidente.

III. Informe de la reunión realizada en enero de 2015
(CEP C 3 2015.1–Doc 4.Add 1)

6. El Presidente del GEIP recordó los cuatro objetivos principales de la reunión celebrada en Berna del 20 al 22 de enero de 2015, a saber:

1º Identificar qué debía implementarse para asegurar que el servicio de encomiendas producto del comercio electrónico de la UPU estuviera operativo a partir de julio de 2015.

2º Acordar la información o las proposiciones que debían presentarse al CEP 2015 a fin de implementar el servicio de encomiendas producto del comercio electrónico de la UPU.

3º Analizar la matriz de servicios de la UPU existente y decidir qué debería cambiarse en la cartera de productos.

4º Acordar una serie de principios generales, que serían mejorados por el GEIP y el CEP, con vistas a presentar proposiciones finales al Congreso de 2016 para realizar futuros cambios a la red de la UPU, para asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

7. Para finalizar, el Presidente del GEIP presentó un resumen de los principios acordados en la reunión, que serán comunicados en la próxima reunión del Comité de Gestión del CEP. Estos principios incluyen: la necesidad de actualizar la red, la necesidad de racionalizar la estructura para promover la integración y asegurar la capacidad de gestionar la implementación de manera eficaz, el deseo de contar con un proceso de toma de decisiones más rápido y más flexible, y la necesidad de actualizar las Actas y los poderes asignados a los grupos para permitir una toma de decisiones más rápida.

8. El GEIP tomó nota del informe tal como fue presentado por el Presidente.

IV. Proposiciones de modificación del Reglamento relativo a Envíos de Correspondencia y del Reglamento relativo a Encomiendas Postales

a) Proposiciones de los Países miembros
(CEP C 3 2015.1–Doc 3a)

9. El GEIP señaló que las proposiciones de los anexos 1 a 6 del documento serían examinadas y aprobadas, si corresponde, por la Comisión 3. También señaló, no obstante, que dos de las proposiciones (anexos 1 y 2) se referían al aviso de recibo, que se incluye en un área de interés directamente relacionada con los trabajos del GEIP. Por lo tanto, el Presidente sugirió que sería conveniente que Brasil, el autor de ambas proposiciones, tuviera la oportunidad de explicárselas a los miembros del GEIP, para obtener su apoyo antes de la presentación a la Comisión 3 del CEP.

10. Tras una observación realizada por Suiza, la Oficina Internacional acordó que se aseguraría de identificar y corregir cualquier discrepancia en el texto de la proposición del documento CEP C 3 2015.1–Doc 3a.Anexo 1, antes de su presentación a la Comisión 3. En respuesta a una sugerencia realizada por Grecia, Brasil admitió que sería útil presentar la proposición del anexo 2 al Grupo «Examen de las

Cuestiones Operativas y Contables», para obtener sus aportes antes de presentar la proposición a la Comisión 3.

b) Proposiciones resultantes de los trabajos de los órganos del Consejo de Explotación Postal
(CEP C 3 2015.1–Doc 3b)

11. Al presentar el documento CEP C 3 2015.1–Doc 3b, el Presidente señaló que las proposiciones que se incluían en los anexos 1, 2, 4, 5 y 6 eran de particular interés para el GEIP, dado que se relacionaban con sus trabajos. Más específicamente, las proposiciones de los anexos 1 y 2 se vinculaban con los trabajos del equipo especial 6 (TF6) y las de los anexos 4, 5 y 6 se relacionaban con el equipo especial encargado de las especificaciones mínimas para las encomiendas. Por lo tanto, el Presidente propuso que las cinco proposiciones fueran examinadas cuando se presentaran los informes de los respectivos equipos especiales, a saber, bajo los puntos 5g y 5a del Orden del Día, y el GEIP aceptó esta sugerencia.

V. Desarrollo de productos

a) Especificaciones mínimas para las encomiendas
(CEP C 3 GSIP 2015.2–Doc 5a)

12. El GEIP tomó nota del informe presentado por Canadá y de los trabajos realizados para proponer modificaciones a las especificaciones mínimas para las encomiendas, así como de las actividades que habrán de realizarse para su aplicación en enero de 2016.

13. Teniendo en cuenta la propuesta realizada anteriormente por el Presidente, Canadá también presentó las tres proposiciones que figuran en los anexos 4, 5 y 6 del documento CEP C 3 2015.1–Doc 3b. Tras los comentarios realizados por International Post Corporation (IPC) sobre la proposición del anexo 4 y por Estados Unidos de América y Australia sobre la proposición del anexo 5, Canadá acordó que esos comentarios se tomarían en cuenta al presentar las proposiciones a la Comisión 3. En respuesta a una pregunta de Singapur, Canadá confirmó que la fecha de aplicación de todas las proposiciones sería el 1º de enero de 2016.

14. El GEIP tomó nota del informe presentado por Canadá. El Grupo también examinó y aprobó las especificaciones mínimas para las encomiendas y acordó que las proposiciones de modificación del Reglamento relativo a Envíos de Correspondencia deberían presentarse a la Comisión 3 para aprobación.

b) EMS

15. El GEIP tomó nota del informe oral realizado por el Presidente de la Cooperativa EMS, quien señaló que sus miembros insistían en que el EMS debe seguir siendo un servicio exprés. El Presidente de la Cooperativa EMS destacó, no obstante, que aún quedaba mucho trabajo por hacer para mejorar la calidad de servicio y el desempeño de extremo a extremo, y que el desarrollo del servicio EMS debía ser innovador, a fin de responder a las exigencias de los clientes. Para finalizar, el Presidente señaló que la Cooperativa EMS estudiaría la forma de lograr que el servicio EMS sea más competitivo para los envíos livianos y de poco valor generados por el comercio electrónico.

c) Comercio electrónico (TF1)
(CEP C 3 GSIP 2015.2–Doc 5c)

16. Gran Bretaña, animador del equipo especial 1, presentó el proyecto de una guía operativa que describe los pasos necesarios para introducir el servicio de encomiendas producto del comercio electrónico y que incluye los principios de remuneración. Al realizar la presentación, el animador del equipo especial 1 destacó que el proyecto de guía era un trabajo en curso y que cualquier comentario de los participantes sobre la guía sería bienvenido.

17. Varios países hicieron uso de la palabra para expresar su opinión sobre diversos puntos relativos a la guía. El animador del equipo especial 1 tomó nota de todos los comentarios (incluidos los relativos a la reciprocidad, la responsabilidad, la distribución a domicilio/las opciones de distribución, el suministro de datos de escaneo, el preaviso aduanero y las reclamaciones de los clientes) y comunicó al GEIP que una

teleconferencia del equipo especial 1 prevista para mediados de mayo examinaría el proyecto de guía y tomaría en cuenta todos los comentarios antes de comenzar con el proyecto piloto previsto.

d) Cartera de productos (TF2)
(CEP C 3 GSIP 2015.2–Doc 5d)

18. Canadá presentó un resumen de los trabajos realizados hasta el momento para elaborar el primer proyecto de un cuadro de servicios físicos de la UPU. Tras varios comentarios y sugerencias de los participantes sobre el proyecto de cuadro, el animador del equipo especial 2 confirmó que todos esos puntos serían considerados por los miembros del equipo especial 2 durante su próxima reunión por teleconferencia. También se confirmó que se distribuiría un resumen de los comentarios realizados por los miembros del equipo especial 2 (durante su teleconferencia de febrero), junto con la cartera productos, a todos los miembros del GEIP para información y para que realizaran comentarios adicionales.

e) Devolución de mercaderías (TF3)
(CEP C 3 GSIP 2015.2–Doc 5e)

19. El GEIP tomó nota de los resultados de los importantes trabajos realizados por el equipo especial 3, resumidos por Países Bajos, sobre el desarrollo del servicio de devolución de mercaderías. El GEIP acordó presentar las instrucciones para la liquidación que figuran en el artículo 8 de la Guía del usuario / del servicio de devolución de mercaderías a la Comisión 3 para aprobación (anexo 1 del presente documento), y tomó nota de que la Oficina Internacional había preparado una circular y una guía informativa para introducir el servicio de devolución de mercaderías. El GEIP también acordó estudiar la posibilidad de asignar identificadores específicos que cumplan con la norma S10 para las encomiendas devueltas en el marco del servicio de devolución de mercaderías; sin embargo, el Grupo solicitó que la referencia al código HR para las encomiendas del comercio electrónico devueltas en el marco del servicio de devolución de mercaderías se cambiara de «obligatoria» a «recomendada».

f) Aviso de entrega (TF4)

20. El GEIP tomó nota del informe oral relativo a los trabajos del equipo especial 4 sobre el aviso de entrega, presentado por el Presidente del GEIP en nombre de Italia. Asimismo, el Grupo tomó nota de la elaboración de un cuestionario que sería enviado más tarde este año para obtener información sobre las mejores prácticas entre los países que ofrecen el servicio de aviso de entrega.

g) Programa de remuneración suplementaria para los envíos certificados, con valor declarado y por expreso (TF6)
(CEP C 3 GSIP 2015.2–Doc 5g)

21. Malasia presentó un informe sobre el estado de avance de la elaboración de un sistema de reclamaciones a través de Internet para los envíos de correspondencia, incluida la finalización del documento sobre las necesidades de los usuarios y el examen de las cuestiones de gobernanza permanente.

22. Luego de la presentación de Malasia, y con el objeto de aclarar las inquietudes y los comentarios de varios miembros del GEIP, Suiza presentó entonces las dos proposiciones[1] que figuran en los anexos 1 y 2 del documento CEP C 3 2015.1–Doc 3b. Tras la presentación de estas proposiciones, varios miembros del GEIP realizaron nuevamente comentarios al respecto y Suiza acordó que los mismos serían tomados en cuenta al presentar las proposiciones en cuestión a la Comisión 3.

23. El GEIP tomó nota del informe presentado por Malasia y acordó que las proposiciones de modificación del Reglamento relativo a Envíos de Correspondencia deberían presentarse a la Comisión 3 del CEP para aprobación. El GEIP también aceptó la recomendación de que, a la espera del examen final de la cartera de productos, el equipo especial 6 continuara trabajando en todas las cuestiones relativas al programa de remuneración suplementaria hasta el fin del ciclo actual.

[1] Tal como lo había propuesto el Presidente del GEIP más temprano en la reunión.

h) Avances relacionados con los mensajes EDI

24. El Presidente del GEIP, en nombre del Presidente del equipo especial 7, presentó los avances relacionados con los mensajes EDI. El Grupo «Normalización» está examinando una proposición para volver al contenido de la norma M33-8 y suspender el desarrollo de esta versión con el objeto de avanzar en el proceso de aprobación de las normas para 2016. El Presidente destacó la importancia de pasar los mensajes ITMATT al nivel 2.

25. En nombre del Presidente del Grupo «Definición de los Datos y de los Códigos»/Grupo «Intercambios Electrónicos» del Grupo «Normalización», IPC (también un miembro del Grupo) realizó una breve presentación sobre la etiqueta armonizada (que está siendo tratada por el Grupo «Codificación Física» del Grupo «Normalización») y las nuevas exigencias funcionales específicas para los miembros a nivel de todo el sector propuestas para un nuevo mensaje ITMATT (CEP C 1 GN 2015.2–Doc 4h). Se solicitó a los miembros del GEIP que enviaran comentarios sobre las exigencias propuestas a itmattreporting@ipc.be y dot.standards@upu.int.

VI. Proyecto de sobre invertido

26. Global Envelope Alliance presentó una proposición, con carácter facultativo, para facilitar el uso de las direcciones en el reverso de los sobres en la red postal internacional. El GEIP aprobó esta proposición y tomó nota de que sería presentada formalmente a la Asamblea General del Comité Consultivo para aprobación.

VII. Ultima información sobre el programa de comercio electrónico (ECOMPRO)

27. El Presidente del GEIP realizó una breve presentación sobre los avances logrados hasta el momento en la implementación del servicio físico ECOMPRO. La Oficina Internacional envió una comunicación a todos los operadores designados de los Países miembros de la UPU solicitándoles que proporcionaran la información de una persona de contacto específica para ECOMPRO dentro de su organización. Asimismo, después del período de sesiones del CEP de abril de 2015, se solicitará a los Países miembros que comuniquen a la Oficina Internacional sus tasas autodeclaradas. Treinta países ya han expresado su deseo de participar en el proyecto piloto.

VIII. Por qué cambiar – Modernización e integración de la red de servicios físicos de la UPU (CEP C 3 GSIP 2015.2–Doc 8)

28. Canadá, Copresidente de la Comisión 3, realizó una presentación en la cual explicó por qué la UPU, con carácter urgente, debe adoptar y aplicar una resolución tendiente a acelerar las acciones de modernización e integración de la red postal internacional de la UPU. Al abordar las necesidades del entorno del mercado en constante cambio, la Comisión 3 ha estado tratando varios temas recurrentes, a saber: «seguir el ritmo del cambio», «modernizar los servicios de envíos de correspondencia, encomiendas postales y EMS merced a un enfoque integrado» y «avanzar con mayor rapidez».

29. Además de estos temas, al desarrollar respuestas adecuadas al entorno del mercado postal en constante cambio, existen cuatro principios fundamentales que deben ser considerados y adoptados para brindar las soluciones que los clientes desean, a saber:

1º la necesidad de modernizar y actualizar la red;

2º la necesidad de racionalizar la estructura de los órganos de la UPU para promover una mejor integración y asegurar la capacidad de gestionar la implementación de manera eficaz;

3º la necesidad de mejorar la rapidez de la toma de decisiones; y

4º la necesidad de examinar y actualizar las Actas y los poderes asignados a los grupos para permitir una toma de decisiones más rápida.

30. Al finalizar su presentación, el Copresidente de la Comisión 3 recomendó que el proyecto de / resolución adjunto (anexo 2), tendiente a acelerar las acciones de modernización e integración de la red postal internacional de la UPU, se presente a la Comisión 3 para aprobación. Conforme a uno de los objetivos de la resolución propuesta, el Copresidente también recomendó la creación de un grupo ad hoc sobre remuneración.

31. Tras varias intervenciones de los participantes, el GEIP tomó nota de la presentación. Asimismo, el GEIP acordó presentar el proyecto de resolución a la Comisión 3, aprobó la creación del grupo ad hoc sobre remuneración y aceptó las próximas etapas presentadas por el Copresidente de la Comisión 3 del CEP.

IX. Actualización del plan de trabajo

32. Por falta de tiempo, se sugirió que la actualización del plan de trabajo sea considerada y aprobada por la Comisión 3.

X. Fecha de la próxima reunión

33. El Presidente informó al Grupo que la próxima reunión del GEIP tendría lugar durante el período de sesiones del Consejo de Administración de 2015.

XI. Varios e imprevistos

34. No se trataron otros temas.

Berna, 22 de abril

Chris Powell
Presidente

Guía del usuario del servicio de devolución de mercaderías

Generalidades

El servicio de devolución de mercaderías es un servicio suplementario que se define en el artículo 15.2.8 del Convenio Postal Universal y se describe en más detalle en el Reglamento relativo a Encomiendas Postales de la UPU. Este servicio prevé un proceso de logística inversa en el cual los gastos de franqueo son pagados por el vendedor a distancia[1] de la mercadería devuelta, de conformidad con las normas y los procedimientos técnicos y operativos que se definen en la presente guía del usuario del servicio de devolución de mercaderías (en adelante, «guía del usuario»).

El servicio de devolución de mercaderías funcionará como se indica a continuación:

1. Principios básicos

1.1 A efectos de la presente guía del usuario y de conformidad con las instrucciones establecidas en la resolución C 83/2012 del 25º Congreso de la UPU, un «sistema centralizado» implicará cualquier sistema informático (ya sea proporcionado por un proveedor de servicios aparte u operado directamente por un operador designado que ofrezca el servicio de devolución de mercaderías) utilizado entre dos operadores designados y aprobado por la Oficina Internacional de la UPU, que cumpla con las normas y los procedimientos técnicos y operativos que se definen en la guía del usuario, particularmente en lo que se refiere al suministro de etiquetas de devolución y códigos de barras a los operadores designados, al seguimiento y los informes sobre los envíos y a la transmisión segura de todos los datos electrónicos relevantes a la Oficina Internacional de la UPU con fines de evaluación.

1.2 De conformidad con las disposiciones precedentes, el intercambio de datos necesario para la prestación del servicio de devolución de mercaderías estará regido por el principio de neutralidad tecnológica, según el cual la prestación del servicio no dependerá del uso de una tecnología particular o patentada.

1.3 Para intercambiar los datos necesarios para la prestación del servicio de devolución de mercaderías, los sistemas centralizados usados por los operadores designados deberán ser interoperables. En este sentido, las redes utilizadas por los operadores designados deberán estar interconectadas, según sea necesario, para asegurar el intercambio de datos electrónicos relativos al servicio de devolución de mercaderías y la transmisión segura de todos los datos electrónicos relevantes a la Oficina Internacional de la UPU con fines estadísticos y de calidad de servicio.

2. Proceso general (véase Anexo 1.Sección 1)

2.1 El cliente a distancia[2] contacta al vendedor a distancia para obtener la autorización para devolver un artículo comprado previamente.

2.2 Una vez que se autoriza, el vendedor a distancia envía una solicitud electrónica al operador designado de su país.

2.3 El operador designado del país del vendedor a distancia transmite esta solicitud al sistema centralizado, con toda la información necesaria.

2.4 El sistema centralizado genera y envía un documento que incluye una etiqueta doble al operador designado del vendedor a distancia en forma de archivo PDF.

1 También denominado «vendedor de origen» en el Reglamento relativo a Encomiendas Postales.

2 También denominado «cliente/destinatario» en el Reglamento relativo a Encomiendas Postales.

2.4.1 La parte superior de la etiqueta doble se basa en el boletín de expedición CP 71 e incluye la dirección del cliente a distancia y del vendedor a distancia. Esta parte de la etiqueta es la que debe utilizar el cliente a distancia para devolver la mercadería.

2.4.2 La parte inferior de la etiqueta doble contiene instrucciones para el cliente a distancia/la oficina de Correos y constituye un recibo de depósito.

2.4.3 El sistema centralizado también puede generar un archivo electrónico para el operador designado del cliente a distancia; el archivo puede utilizarse con fines de preaviso en la red interna (de puntos de venta).

2.5 El operador designado del vendedor a distancia transmite la etiqueta doble al vendedor a distancia.

2.6 El vendedor a distancia transmite la etiqueta doble (por vía electrónica o física) al cliente a distancia que devuelve la mercadería.

2.7 La etiqueta doble se coloca en la encomienda, acompañada de toda otra documentación relevante (p. ej. declaración de aduana CN 23 y facturas; véase §6 a continuación) utilizando un sobre transparente autoadhesivo CP 91 o CP 92 o un medio similar.

3. Especificaciones para las etiquetas dobles, el recibo y la fórmula CN 23

3.1 Las fórmulas, los indicadores de servicio y la documentación se presentan en las secciones 2 y 3 del anexo 1.

3.2 La etiqueta de devolución de mercaderías es generada por el sistema centralizado, accesible únicamente para los operadores designados que ofrecen el servicio. La etiqueta incluye una parte superior y una parte inferior.

3.2.1 La parte superior izquierda debe incluir un identificador de encomiendas específico del operador designado del cliente a distancia conforme a la norma S10 (o cualquier otro identificador de encomiendas acordado de forma bilateral), así como todos los demás elementos transmitidos por un operador designado para su encomienda de salida (tramo 1).

3.2.2 La parte superior derecha está diseñada en función de la presentación y las especificaciones de los posibles códigos de barras internos del operador designado del vendedor a distancia (tramo 3). De conformidad con el artículo RC 167.1.1 del Reglamento relativo a Encomiendas Postales, el código de barras interno no puede utilizar un formato S10.

3.2.3 La parte inferior de la etiqueta puede utilizarse para las instrucciones y como un recibo de depósito.

3.3 Se utiliza una fórmula CN 23 con un indicador de devolución de mercaderías para todas las declaraciones de aduana relativas a la devolución de mercaderías.

3.3.1 Esta fórmula se genera automáticamente mediante la transmisión de toda la información electrónica brindada por el vendedor a distancia.

3.3.2 El vendedor a distancia proporciona la información aduanera en la fórmula y el cliente a distancia simplemente debe indicar la fecha y firmar la fórmula.

3.3.3 Al firmar la fórmula, el cliente a distancia que devuelve la mercadería confirma que la descripción de los artículos mencionados en las fórmulas corresponde a las mercaderías que se están devolviendo al vendedor a distancia.

3.4 Para identificar las devoluciones de mercaderías se utiliza un indicador de servicio. En la etiqueta doble y en la fórmula CN 23 se incluye un recuadro que indica «Devoluciones de mercaderías».

4. Intercambio electrónico de datos

4.1 La etiqueta de devolución de mercaderías y la fórmula CN 23 son generadas mediante la transmisión de todos los datos electrónicos necesarios en un archivo XML conforme a una norma específica de la plataforma de devolución de mercaderías. Este archivo XML es enviado por el operador designado del vendedor a distancia, que recibe las etiquetas completadas en formato PDF desde el sistema centralizado.

4.2 En caso de que se solicite, puede enviarse un archivo XML del sistema centralizado al operador designado del cliente a distancia que devuelve la mercadería, para utilizar como un preaviso.

4.3 El procedimiento de devolución internacional de mercaderías también exige que el operador designado que devuelve el envío transmita un mensaje EDI que incluya el peso bruto unitario de cada devolución de mercadería. En principio, este mensaje se enviará ya sea en un mensaje EMSEVT (para un acontecimiento EMA o EMC) o en un mensaje PREDES.

4.4 Los mensajes EMSEVT para los acontecimientos EMA, EMC, EMD y EMH/EMI son datos de seguimiento obligatorios. Los operadores designados podrían adoptar de forma bilateral otros acontecimientos de seguimiento.

5. Transporte de las mercaderías devueltas

5.1 La mercadería devuelta se introduce sin pago en cualquier punto de contacto designado del operador designado que devuelve la mercadería con la etiqueta doble y, de ser necesario, la fórmula CN 23 adjunta, como mínimo.

5.2 El transporte entre el punto de aceptación y la oficina de cambio del operador designado del cliente a distancia que devuelve la mercadería se realiza conforme al mismo desempeño de servicio que para una encomienda prioritaria de salida.

5.3 Las devoluciones de mercaderías son clasificadas para el transporte en un despacho prioritario, sin necesidad de colocarlas en una saca o despacho separado para la devolución.

5.4 Una vez que llega a la oficina de cambio del operador designado del vendedor a distancia, el envío es distribuido al vendedor a distancia conforme a las normas de distribución para las encomiendas prioritarias de llegada.

5.5 En principio, las devoluciones de mercaderías pueden contener cualquier objeto que cumpla con lo dispuesto por el Convenio Postal Universal y el Reglamento relativo a Encomiendas Postales. Sin embargo, un operador designado puede excluir del servicio de devolución de mercaderías algunos contenidos, tales como los desechos, si la legislación interna o supranacional lo establece.

6. Procedimiento aduanero para las devoluciones de mercaderías

6.1 Las devoluciones de mercaderías se basan en un proceso electrónico y se limitan a las devoluciones autorizadas a un vendedor a distancia. En caso de que se necesite una fórmula CN 23, deben suministrarse al menos dos ejemplares, además de cualquier otra documentación necesaria (factura original, nota de crédito, licencia, certificado, etc.).

6.2 Esta fórmula es generada en base a la información electrónica solicitada del vendedor a distancia y transmitida por el operador designado del vendedor a distancia. Si bien el servicio de devolución de mercaderías proporciona la documentación aduanera necesaria, no se garantiza la devolución de los derechos de aduana al momento de la exportación ni que no se cobren tasas aduaneras al momento del reingreso. Por el momento, esto es responsabilidad de los operadores designados y de sus autoridades aduaneras locales.

6.3 La transmisión de un mensaje ITMATT desde el operador designado del cliente a distancia al operador designado del vendedor a distancia, de ser posible, puede admitir los requisitos relativos al preaviso electrónico con fines de seguridad, de transporte o aduaneros.

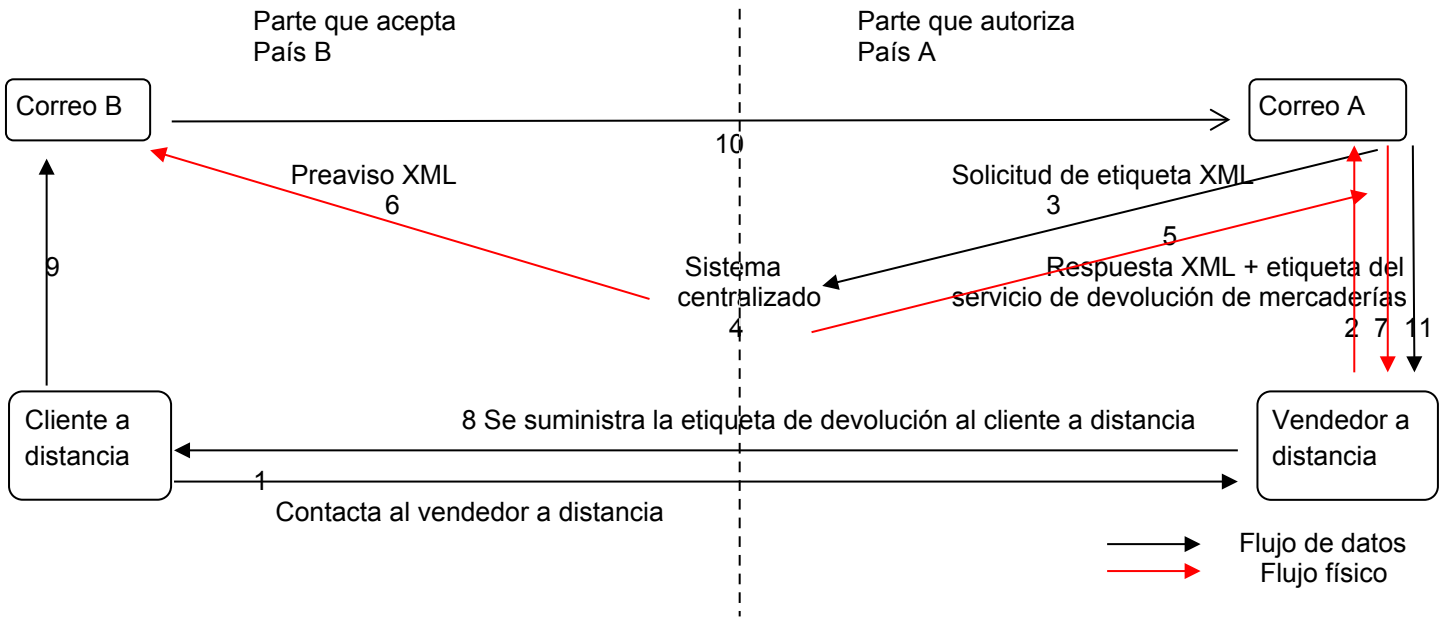
7. Responsabilidad

7.1 La a responsabilidad estándar de la UPU, tal como se define en el artículo 21 del Convenio y en el artículo RC 154 del Reglamento relativo a Encomiendas Postales, es aplicable al servicio de devolución de mercaderías en caso de pérdida, expoliación o avería.

8. Liquidación

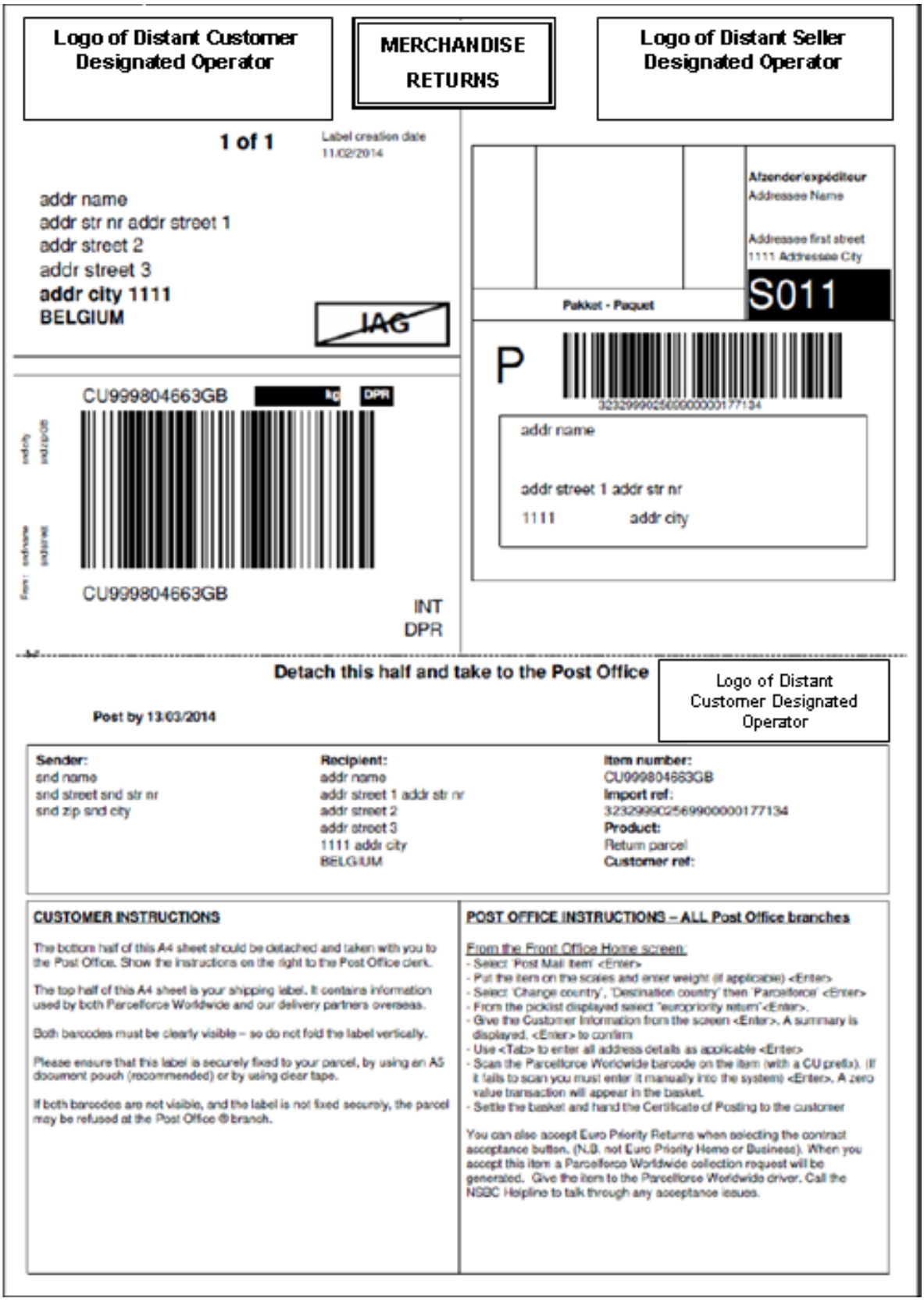
8.1 De acuerdo con el artículo RC 176, según el método de liquidación convenido, las encomiendas devueltas a través del servicio de devolución de mercaderías deberían anotarse individualmente en la hoja de ruta, indicando el importe de los gastos que deberán pagarse o la cuota-parte correspondiente. La cantidad y el peso de estas mercaderías devueltas no deberán incluirse en la cantidad y en el peso bruto de las encomiendas indicadas en la parte «Inscripción global» de la hoja de ruta.

Proceso general

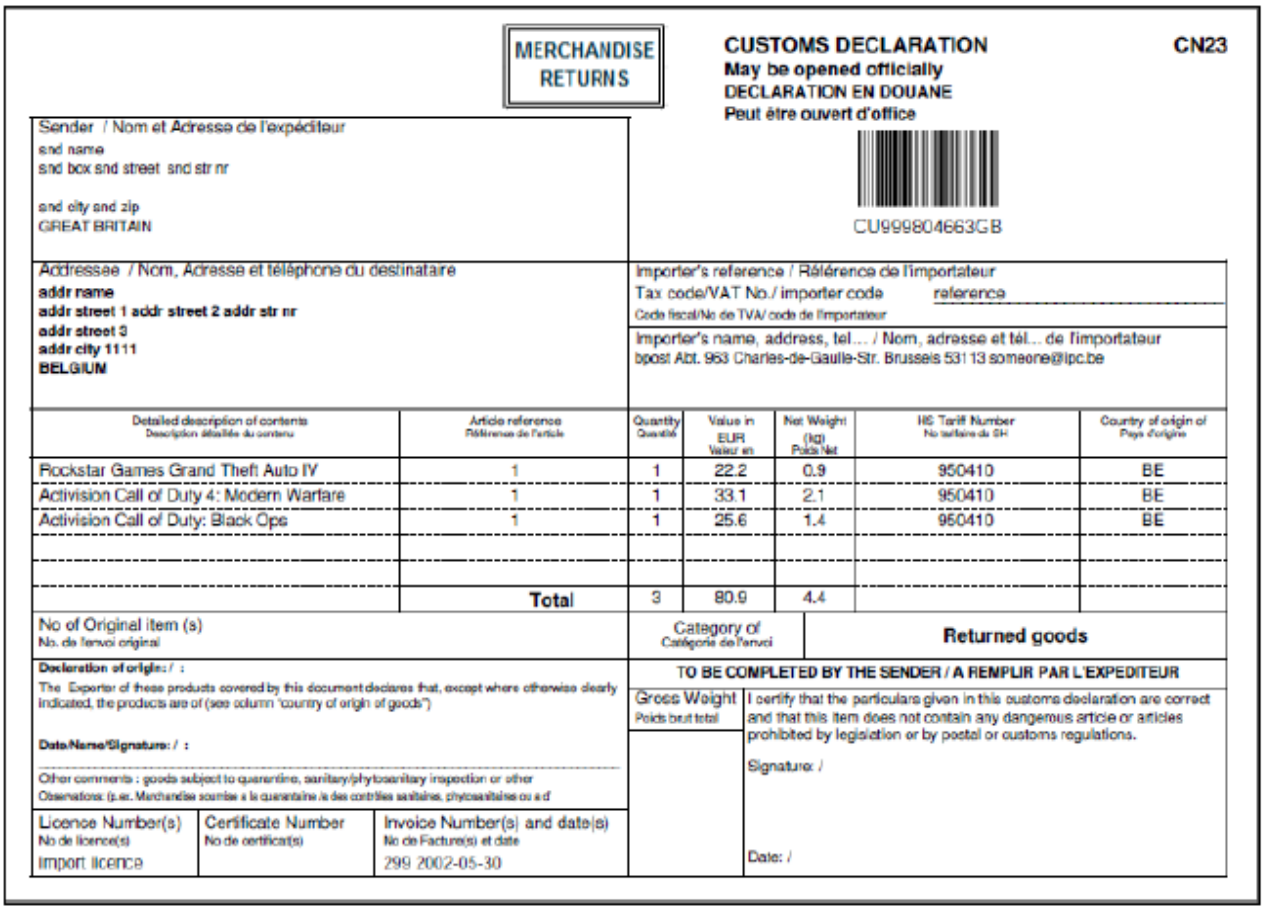


1 El cliente a distancia solicita una devolución al vendedor a distancia o recibe una etiqueta de devolución con la encomienda original	5 La etiqueta de devolución y la respuesta XML son enviadas al Correo A	9 Depósito del envío devuelto
2 El vendedor a distancia, ubicado en el país A, brinda al Correo A la información relativa a la encomienda a devolver	6 El preaviso XML y una parte de la información son enviados al Correo B	10 Procedimiento operativo y transporte internacional conforme a las normas de prioridad acordadas para las encomiendas
3 El Correo A envía la solicitud de etiqueta como XML al sistema centralizado	7 El Correo A pone la etiqueta de devolución a disposición del vendedor a distancia	11 Distribución al vendedor a distancia
4 El sistema centralizado genera la etiqueta de devolución	8 El vendedor a distancia suministra la etiqueta de devolución al cliente a distancia	

Muestra de etiqueta doble del servicio de devolución de mercaderías


Logo of Distant Customer Designated Operator
MERCHANDISE RETURNS
Logo of Distant Seller Designated Operator
1 of 1
Label creation date
11/02/2014
addr name
addr str nr addr street 1
addr street 2
addr street 3
addr city 1111
BELGIUM
IAG
Afzender/expéditeur
Addressee Name
Addressee first street
1111 Addressee City
S011
Pakket - Paquet
P
addr name
addr street 1 addr str nr
1111 addr city
CU999804663GB
kg
DPR
CU999804663GB
INT
DPR
Detach this half and take to the Post Office
Post by 13/03/2014
Logo of Distant Customer Designated Operator
Sender:
snd name
snd street snd str nr
snd zip snd city
Recipient:
addr name
addr street 1 addr str nr
addr street 2
addr street 3
1111 addr city
BELGIUM
Item number:
CU999804663GB
Import ref:
Product:
Return parcel
Customer ref:
CUSTOMER INSTRUCTIONS
The bottom half of this A4 sheet should be detached and taken with you to the Post Office. Show the instructions on the right to the Post Office clerk.
The top half of this A4 sheet is your shipping label. It contains information used by both Parcelforce Worldwide and our delivery partners overseas.
Both barcodes must be clearly visible – so do not fold the label vertically.
Please ensure that this label is securely fixed to your parcel, by using an A5 document pouch (recommended) or by using clear tape.
If both barcodes are not visible, and the label is not fixed securely, the parcel may be refused at the Post Office ® branch.
POST OFFICE INSTRUCTIONS – ALL Post Office branches
From the Post Office Home screen:
- Select 'Post Mail Item' <Enter>
- Put the item on the scales and enter weight (if applicable) <Enter>
- Select 'Change country', 'Destination country' then 'Parcelforce' <Enter>
- From the picklist displayed select 'europriority return'<Enter>.
- Give the Customer Information from the screen <Enter>. A summary is displayed. <Enter> to confirm
- Use <Tab> to enter all address details as applicable <Enter>
- Scan the Parcelforce Worldwide barcode on the item (with a CU prefix). If it fails to scan you must enter it manually into the system) <Enter>. A zero value transaction will appear in the basket.
- Settle the basket and hand the Certificate of Posting to the customer
You can also accept Euro Priority Returns when selecting the contract acceptance button. (N.B. not Euro Priority Home or Business). When you accept this item a Parcelforce Worldwide collection request will be generated. Give the item to the Parcelforce Worldwide driver. Call the NSBC Helpline to talk through any acceptance issues.

Muestra de fórmulas CN 23 del servicio de devolución de mercaderías



MERCHANDISE RETURNS

CUSTOMS DECLARATION **CN23**
May be opened officially
DECLARATION EN DOUANE
Peut être ouvert d'office

CU999804663GB

Sender / Nom et Adresse de l'expéditeur
snd name
snd box snd street snd str nr

snd city snd zip
GREAT BRITAIN

Addressee / Nom, Adresse et téléphone du destinataire
addr name
addr street 1 addr street 2 addr str nr
addr street 3
addr city 1111
BELGIUM

Importer's reference / Référence de l'importateur
Tax code/VAT No./ importer code reference
Code fiscal/No de TVA/ code de l'importateur

Importer's name, address, tel... / Nom, adresse et tél... de l'importateur
bpost Abt. 963 Charles-de-Gaulle-Str. Brussels 531 13 someone@ipc.be

Detailed description of contents / Description détaillée du contenu	Article reference / Référence de l'article	Quantity / Quantité	Value in EUR / Valeur en	Net Weight (kg) / Poids Net	HS Tariff Number / No tarifaire du SH	Country of origin of / Pays d'origine
Rockstar Games Grand Theft Auto IV	1	1	22.2	0.9	950410	BE
Activision Call of Duty 4: Modern Warfare	1	1	33.1	2.1	950410	BE
Activision Call of Duty: Black Ops	1	1	25.6	1.4	950410	BE
	Total	3	80.9	4.4		

No of Original item (s) / No. de l'envoi original

Category of / Catégorie de l'envoi: **Returned goods**

Declaration of origin: / :
The Exporter of these products covered by this document declares that, except where otherwise clearly indicated, the products are of (see column "country of origin of goods")

Date/Name/Signature: / :

Other comments : goods subject to quarantine, sanitary/phytosanitary inspection or other
Observations: (p.ex. Marchandise soumise à la quarantaine /à des contrôles sanitaires, phytosanitaires ou a d

TO BE COMPLETED BY THE SENDER / A REMPLIR PAR L'EXPEDITEUR

Gross Weight / Poids brut total

I certify that the particulars given in this customs declaration are correct and that this item does not contain any dangerous article or articles prohibited by legislation or by postal or customs regulations.

Signature: /

Date: /

Licence Number(s) / No de licence(s)	Certificate Number / No de certificat(s)	Invoice Number(s) and date(s) / No de Facture(s) et date
import licence		299 2002-05-30

Proyecto de resolución tendiente a acelerar las acciones de modernización e integración de la red postal internacional de la UPU

El Consejo de Explotación Postal,

consciente
de que la misión de la UPU, tal como se establece en el Preámbulo de su Constitución, es «favorecer el desarrollo sostenible de servicios postales universales de calidad, eficaces y accesibles, para facilitar la comunicación entre todos los pueblos del mundo»,

consciente asimismo
de que la Unión tiene por objeto asegurar la organización y el perfeccionamiento de los servicios postales y favorecer en este ámbito el desarrollo de la colaboración internacional (art. 1.2 de la Constitución),

reconociendo
que el mercado mundial experimenta actualmente una transformación rápida y profunda, y que los clientes exigen servicios confiables, seguros y de alta calidad,

previendo
que el mercado mundial seguirá evolucionando en función de las exigencias de los clientes,

reconociendo
que la satisfacción de las necesidades evolutivas de los clientes forma parte de la misión de la UPU,

reconociendo asimismo
que los Países miembros procuran que la prestación del servicio postal universal se haga en forma viable, garantizando su perennidad (art. 3.4 del Convenio),

sabiendo
que el Congreso de Doha reconoció la evolución del entorno del mercado y aprobó las catorce resoluciones siguientes, todas las cuales contienen temas recurrentes tales como «seguir el ritmo del cambio», «modernizar los servicios de envíos de correspondencia, encomiendas postales y EMS merced a un enfoque integrado» y «avanzar con mayor rapidez»:

– C 9/2012 (Desarrollo de los mercados postales);
– C 11/2012 (Facilitación del comercio mundial por vía postal para las micro, pequeñas y medianas empresas);
– C 18/2018 (Estructura y gestión de los trabajos del Consejo de Administración);
– C 19/2012 (Estructura y gestión de los trabajos del Consejo de Explotación Postal);
– C 31/2012, C 32/2012, C 33/2012, C 34/2012 (Desarrollo del comercio electrónico);
– C 35/2012 (Futura estrategia para el desarrollo de encomiendas postales y actividades conexas);
– C 36/2012 (Futuros trabajos sobre las cuotas–parte territoriales de llegada y otras remuneraciones para los envíos de encomiendas postales);
– C 37/2012 (Futuros trabajos sobre el desarrollo de envíos de correspondencia);
– C 57/2012 (Futuros trabajos sobre el sistema de gastos terminales para 2018–2021);
– C 60/2012 (Cooperativa EMS);
– C 80/2012 (Estrategia Postal de Doha),

notando
que durante el Foro de la UPU sobre el comercio electrónico, realizado en Berna en abril de 2014, importantes clientes del comercio electrónico confirmaron que desean acceder a servicios postales internacionales sencillos, financieramente asequibles y confiables, pero que existen obstáculos que deben superarse con urgencia (tales como la complejidad de la oferta de productos postales, la falta de apoyo adecuado a las infraestructuras y los procesos Correo–aduana–transporte desactualizados e ineficaces),

notando asimismo
los siguientes temas recurrentes que surgieron en la reunión del Grupo «Estrategia e Integración de los productos» realizada en enero de 2015 con relación a la modernización e integración de la red de la UPU:

– modernizar: enfoque que consiste en diferenciar los servicios según el contenido (documentos y mercaderías); 0–30 kg sin barrera de peso; enfoque del servicio por menú, precio y características basados en tres niveles de velocidad de distribución;

– integrar: remuneración, infraestructura informática, servicio a la clientela;

– brindar apoyo a la red: hacer énfasis en una óptica de extremo a extremo centrándose tanto en el cliente como en la calidad, y asegurar la sostenibilidad financiera de la red de extremo a extremo (operadores designados de expedición y recepción);

– actuar: flexibilidad para efectuar cambios con rapidez,

reconociendo asimismo
que es urgente prestar atención a la evolución de las necesidades de los clientes para preservar y realzar la importancia de la red postal internacional de la UPU,

encarga

al Comité de Gestión del CEP que acelere las acciones de modernización e integración de la red postal internacional de la UPU:

– impulsando la redacción de un plan de desarrollo de productos integrado que se presentará al CEP 2016;

– impulsando la redacción de un plan de desarrollo y despliegue electrónico aduanero que se presentará al CEP 2016;

– impulsando la redacción de un plan para un sistema integrado de remuneración correspondiente a las exigencias del plan de desarrollo de productos que se presentará al CEP 2016;

– preparando, dado el caso, proyectos de resoluciones del Congreso sobre los temas antes mencionados, para ser examinados durante el CEP 2016;

– impulsando la identificación y elaboración de los posibles cambios que deberán introducirse en las Actas de la Unión en el Congreso de 2016 a fin de lograr la flexibilidad indispensable para modificar los planes antes mencionados;

– efectuando la coordinación con los Grupos competentes del Consejo de Administración:

  - Grupo de Proyecto «Reforma de la Unión», para procurar que las necesidades identificadas por el CEP se reflejen en el marco más amplio de los debates sobre la reforma;
  - Grupo de Proyecto «Actas de la Unión», con respecto a las posibles modificaciones derivadas en la estructura de las Actas de la Unión;
  - Comisión 3 (Estrategia), con respecto a la reflexión sobre el contexto estratégico y teniendo en cuenta los resultados de las conferencias estratégicas regionales de la UPU,

encarga

a la Oficina Internacional que continúe prestando el apoyo necesario a las actividades de modernización e integración.

Berna, 22 de abril de 2015